

Helsingin yliopisto - Helsingfors universitet - University of Helsinki ID 2000-665

Tiedekunta-Fakultet-Faculty Valtiotieteellinen tiedekunta		Laitos-Institution-Department Viestinnän laitos	
Tekijä-Författare-Author Tapio-Salmi, Eliisa			
Työn nimi-Arbetets titel-Title Konsernin tapa toimia. Keskijohto viestintätehtävissä			
Oppiaine-Läroämne-Subject Viestintä			
Työn laji-Arbetets art-Level Pro gradu		Aika-Datum-Month and year 2000-09-06	Sivumäärä-Sidantal-Number of pages 77+12
<p>Tiivistelmä-Referat-Abstract</p> <p>Tämä tutkimus perehtyy konsernin tapaan toimia. Määritelmän mukaan toimintatavat ovat yksittäisiä, tilannekohtaisia käytännön ratkaisuja, joita ohjaa organisaatiossa omaksuttu yleisempi tapa toimia. Tapa toimia on yksi keino ihmisten johdattamiseen, kun yhä nopeammin muuttuva toimintaympäristö haastaa organisaation perinteiset johtamisen menetelmät.</p> <p>Haluttu tapa toimia voidaan virallistaa organisaatiossa esimerkiksi viestinnällisten teemojen avulla. Tutkimuksen tarkoituksena on selvittää tarkemmin, minkälaisen viitekehyksen virallistettu tapa toimia luo viestinnän ja johtamisen kannalta. Erityisenä tarkastelukohteena on keskijohto. Pyrkimyksenä on selvittää, minkälaisia ongelmia ja oivalluksia tapaan toimia liittyy.</p> <p>Tutkimuksen teoriaosassa tapa toimia ja sen viestiminen pyritään istuttamaan viitekehykseen, johon kuuluu organisaatioon, ihmiskeskeiseen johtamiseen, keskijohdon asemaan, organisaatiokulttuuriin, viestinnän dynamiikkaan ja viestintätehtävään liittyviä teorioita. Tulevaisuuteen johdattaminen ja muutos ovat myös olennaisia tekijöitä.</p> <p>Teoreettisen tarkastelun perusteella tapa toimia näyttäisi muodostavan synergisen vastaparin brandin hallinnan kanssa. Tapa toimia on tällöin eräs sisäisen profiloinnin ja brandin hallinta ulkoisen profiloinnin muoto. Virallistettu tapa toimia saa sisällöllisen merkityksensä Aulan mallin mukaisesti organisaation kulttuurisilla areenoilla.</p> <p>Tutkimuksen empiiriaosan tapaustutkimus antaa toisen näkökulman tapaan toimia. Tutkimuksen kohteena on Fortum-konserni. Aineiston pääosa koostuu keskijohdon ja Tapa toimia -koordinaattoreiden teemahaastatteluista. Haastatteluihin osallistui 12 henkilöä seitsemästä eri konsernin yksiköstä.</p> <p>Tapaustutkimus osoittaa, että tapa toimia kytkeytyy ensisijaisesti niihin merkityksiin, joiden pohjalta teemat on alunperin synnynetty. Fortumin Tapa toimia viitoittaa konsernin visiota. Se sijoittuu jatkumolle, jonka toisessa päässä ovat eettiset arvostukset ja toisessa liiketoiminnan avaintekijät. Haastateltujen keskuudessa Tapa toimia -teemat ovat kulttuurisesti hyväksytyjä, koska niistä tunnistetaan arvostettuja asioita. Tapa toimia on kuitenkin etäinen, koska sen merkitykset liitetään etupäässä konsernitasolle. Etäisyys näyttäisi johtuvan merkityksiä luovien kulttuuristen areenoiden puutteesta. Etäisyys selittyy osin myös sillä, että virallistettu Tapa toimia on suhteellisen nuori ison konsernin kulttuuriseksi tuotteeksi. Tapaustutkimuksen perusteella on ilmeistä, että konsernin yksikkökohtaiset erot ja ominaisuudet on huomioitava, kun tämänkaltaisia viestinnällisiä viitekehyksiä halutaan edistää ja hyödyntää.</p> <p>Tutkimuksen tärkeimpiä lähteitä: Aula, P. (1999): Organisaation kaaos vai kaaoksen organisaatio? Dynaamisen organisaatioviestinnän teoria; Åberg, L. (1997): Viestinnän strategiat.</p>			
Avainsanat-Nyckelord-Keywords			
Säilytyspaikka-Förvaringsställe-Where deposited			
Muita tietoja-Övriga uppgifter-Additional information			